

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada jaman globalisasi saat ini dan semakin majunya teknologi, membuat perkembangan dunia pendidikan mengalami peningkatan cukup pesat. Hal itu membuat kebutuhan akan buku-buku mengenai ilmu pengetahuan meningkat. Perusahaan harus bersaing dengan perusahaan lain dalam memenuhi permintaan konsumen akan kebutuhan buku-buku ilmu pengetahuan. Hal tersebut membuat persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Persaingan yang ada akan mendorong konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang dibutuhkan. Perusahaan harus lebih memahami kebutuhan dan keinginan dari konsumen, sebab konsumen mempunyai pengaruh besar terhadap kelangsungan perusahaan.

Perusahaan untuk dapat bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis yang ada harus mempunyai strategi yang efektif. Perusahaan dikatakan berhasil jika perusahaan tersebut dapat mencapai tujuannya. Tujuan dari kebanyakan bisnis adalah kelangsungan hidup bisnis, laba, dan pertumbuhan bisnisnya. Pemasaran memegang peranan penting dalam sebuah bisnis karena pemasaran memberikan kontribusi secara langsung untuk mencapai tujuan dari kebanyakan bisnis. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan bagi kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa dan memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensi yang ada (Swastha, 2005). Strategi pemasaran yang efektif dibutuhkan oleh setiap perusahaan untuk memasarkan produk yang mereka hasilkan kepada konsumen.

Strategi pemasaran selalu berhubungan dengan bauran pemasaran. Variabel-variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran adalah produk, harga, promosi, dan distribusi. Variabel adalah sesuatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai (Kuncoro, 2009). Variabel-variabel tersebut sangat penting bagi perusahaan karena digunakan sebagai alat pemasaran. Setelah produk selesai, harga produk sudah ditetapkan dan promosi dilakukan agar konsumen mengetahui produk tersebut, selanjutnya adalah kegiatan pendistribusian. Pendistribusian perlu dilakukan oleh semua perusahaan supaya barang yang diproduksi sampai ke tangan konsumen dengan tepat sasaran.

Perusahaan dalam menyalurkan produk mereka kepada konsumen perlu menentukan saluran distribusi yang akan digunakan, baik saluran distribusi langsung maupun tidak langsung. Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang dilakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir (Tjiptono, 2012). Saluran distribusi penting bagi sebuah perusahaan karena merupakan kegiatan yang langsung berhubungan dengan konsumen. Produk dari sebuah perusahaan tidak bisa dengan sendirinya sampai ke tangan konsumen jika tidak ada saluran distribusi. Pemilihan saluran distribusi yang tepat akan bermanfaat bagi perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Bila perusahaan salah dalam memilih saluran distribusi maka akan dapat menghambat kelancaran arus barang dari produsen ke konsumen.

CV. Putra Nugraha merupakan sebuah perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang penerbit dan percetakan. Divisi materi pada CV. Putra Nugraha adalah divisi khusus yang melayani penjualan buku-buku materi pelajaran untuk SD sampai SMA. Buku materi pelajaran BSE dan Ultima merupakan salah satu produk yang dimiliki perusahaan tersebut.

Divisi materi menerapkan saluran distribusi langsung dan tidak langsung yaitu melalui perantara (*middleman*) dalam menyalurkan produknya ke konsumen akhir. Menurut Kottler (2008), saluran distribusi langsung adalah saluran pemasaran yang tidak mempunyai tingkat perantara, sedangkan saluran distribusi tidak langsung adalah saluran yang mengandung satu atau lebih tingkat perantara. CV. Putra Nugraha menjual produknya ke agen (*salesman*) lalu pengecer dan terakhir ke konsumen. Sebagai contohnya divisi materi menjual buku-buku materi pelajaran kepada agen (*salesman*) lalu agen itu menjual ke pihak sekolah dan yang terakhir pihak sekolah menjual kepada siswanya yang dalam hal ini sebagai konsumen akhir.

CV. Putra Nugraha biasanya menerapkan saluran distribusi langsung pada saat perusahaan melaksanakan proyek pengadaan buku oleh pemerintah. Pada penerapan saluran distribusi langsung ini masalah yang dihadapi oleh perusahaan adalah wilayah yang menjadi tujuan pendistribusian berada di daerah terpencil atau pelosok dan sulit dijangkau oleh kendaraan. CV. Putra Nugraha pernah mendapat proyek pengadaan buku oleh pemerintah untuk wilayah Irian Jaya. Perusahaan harus meminta bantuan penduduk sekitar untuk ikut membawa buku sampai ke sekolah tujuan karena daerah tersebut tidak bisa dijangkau oleh kendaraan roda dua maupun roda empat. Masalah penerapan saluran distribusi tidak langsung yaitu *rayonasi* atau pembagian wilayah pasar. Pembagian wilayah yang kurang jelas sering membuat *salesman* bertemu di wilayah pasar yang sama.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis ingin mempelajari permasalahan yang ada di perusahaan, dan ingin memecahkan masalah yang terjadi pada CV. Putra Nugraha sehingga mengangkat tema tugas akhir dengan judul “ **EVALUASI PENERAPAN SALURAN DISTRIBUSI DIVISI MATERI PADA CV. PUTRA NUGRAHA** ”